

В.А. ФРЫДЫНСКИЙ, к.э.н., доц., НТУ «ХПИ», Харьков

В.Ю. ЧАПЛЮК, студентка, НТУ «ХПИ», Харьков

ПОКАЗАТЕЛИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЛИЦЕНЗИЙ НА ПЕРЕДАЧУ НОУ-ХАУ

В работе рассматривается методика оценки лицензии на передачу ноу-хау, а также приводятся показатели оказывающие непосредственное влияние на цену лицензии.

In work the technique of an estimation of the licence for know-how transfer is considered, and also indicators making direct impact on the licence price are resulted.

Ключевые слова: лицензия, ноу-хау, чистая прибыль, цена.

Введение

В международной и внутренней торговли лицензиями из года в год возрастает значение ноу-хау, которые все больше и чаще становятся единственным предметом лицензионных соглашений. Еще четверть века назад около 25% лицензий в мире было основано на передаче патентных прав, 50% сочетало передачу патентных прав и прав на ноу-хау и лишь 25% базировалось исключительно на передаче прав на ноу-хау, то в 2000 г. более 80% договоров на продажу лицензий в мире прежде всего заключались на передачу прав на ноу-хау.

Постановка задачи

Возрастание значения ноу-хау объясняется тем, что в последние годы воспроизводство новой техники (технологии) стало практически невозможным без знания ноу-хау. В то же время появляется проблема определения цены лицензии на ноу-хау для реализации по лицензионным договорам.

Результаты исследования

В большинстве случаев для оценки ноу-хау используется чистая прибыль от его использования (за счет снижения себестоимости продукции, увеличения объема продаж, увеличения цены за продукцию за счет роста качества, снижение налога на прибыль).

Проведенный анализ метода выявил ряд недостатков. Прежде всего они обусловлены непосредственно самой природой ноу-хау, с одной стороны существует риск раскрытия ноу-хау, с другой, монопольное владение

изобретением неограниченный срок. Кроме того при продаже организационных ноу-хау является сложным оценка прироста чистой прибыли от его внедрения.

Повышение обоснованности данного метода достигается за счет использования коэффициентов, учитывающих влияние ряда показателей на коммерческую ценность ноу-хау.

Помимо прироста чистой прибыли от реализации объекта, использующего ноу-хау рекомендуется обращать внимание на следующие основные ценообразующие факторы: срок «старения» передаваемой информации; обязательства, принимаемые на себя лицензиаром; вид продукции, в которой найдут применение передаваемые секреты производства; законодательство по налогообложению и тенденции его изменения; коммерческий, страновой и другие виды рисков, характерных для данного сектора рынка.

Цены лицензии на ноу-хау зависит и от других факторов: области техники, где применяется технология по ноу-хау; функционирования на региональных рынках альтернативных объектов техники, выполненных с использованием ноу-хау.

По нашему мнению при расчете должны быть также рассчитаны или определены эмпирически следующие основные показатели:

- технический уровень объекта лицензии;
- стадия разработки и внедрения (объект ноу-хау промышленно освоен на практике);
- коэффициент долевого участия ноу-хау в прибыли (доходе);
- коэффициент учета влияния на стоимость лицензии территориальных объемов региональных рынков Украины (другой страны), где действует настоящий договор (с учетом конъюнктуры и спроса);
- коэффициент технического риска реализации ноу-хау;
- объем лицензии (неисключительная);
- размер капиталовложений для организации производства по лицензии:
- виды платежей и валюта;
- условия взаимобмена усовершенствованиями.

Для повышение уровня обоснованности цены лицензии, в отдельных случаях, целесообразно использование также таких показателей как срок

лицензионного договора, объем будущего производства, наличие инжиниринговых услуг.

Вывод

Рассматривая перспективы практической реализации предлагаемого метода необходимо ориентироваться на ряд существующих разработок и, в частности, на методику оценки изобретения при его продаже, безусловно с учетом тех специфических отличий, которые оказывают непосредственное влияние на коммерческую ценность ноу-хау, а следовательно и на цену лицензии при его продаже.

Список литературы: 1. *Алексютин В.А.* Международный маркетинг: Учеб. пособие для вузов. - М.: Дашков и Ко, 2000. 2. *Конов Ю.* Цена ноу-хау // Экономика и жизнь. – 1994. - №51. – с.18 3. *Волинец-Руссет Э.* Комерчемкая реализация изобретений и ноу-хау (на внешних и внутренних рынках): Учебник. – М.: Юристъ, 1999. – 328с. 4. *Экономика знаний: Учеб. пособие/ В.В.Глухов, С.Б.Коробко, Т.В.Маринина.* - СПб.: Питер, 2003. – 528с.

Подано до редакції 05.06.2009

УДК 658.26

RONCZ JUDIT, PhD student University of Miskolc (Hungary)

GREEN TAXES AND SUBVENTIONS

В последнее десятилетие все государства-члены ЕС пытаются покрыть свое увеличивающееся энергопотребление ресурсами возобновляемого источника энергии. Это не только приписывается Директивами ЕС, но и несколькими экономическими комплексами – а также экологическими льготами. Можно также заявить, что нет никакой согласованной зеленой дотации энергии в ЕС, государства-члены ЕС имеют свои различные методы. Цель статьи состоит в подведении итогов и анализе эффективности действующего законодательства.

In the recent decade all EU member states try to cover their increasing energy demand with renewable energy resources. It is not only incited by EU Directives but also several complex economic- and environmental benefits. We can also state that there is no harmonized green energy subvention in the EU, the member states has different practices. In this study my goal is to summarize and to analyze the efficiency of the current legislations and supportive instruments.

AIM AND TOOLS OF ENVIRONMENTAL LEGISLATION. By now we can surely state that the appearance of the environmental thinking and attitude has become one of the most determinative psychic current by the end of the 20th Century. It is also recognized that this trend expends and sooner or later can become one of the most dominant mobilizing – strengthened by its multidisciplinary dimension - factor of the world's economy and politics.